

2. Рета М. В. Сучасні проблеми обліку фінансових результатів діяльності підприємства / М. В. Рета // Вісник НТУ ХПІ. 2015. № 25(1134). С. 25-34.
3. Прохар Н. В. Облік доходів, витрат і фінансових результатів: проблеми теорії та практики: монографія / Н. В. Прохар. – Полтава:РВВ ПУЕТ, 2011. – 257 с.
4. Фінансовий та управлінський облік за національними стандартами: підручник / М.Ф. Огійчук, Л.О. Сколотій, М.І. Беленкова та ін.: за ред. проф. М.Ф. Огійчука. – 7-е вид., перероб. і допов. – К.: Алерта, 2016. – 1040 с.

**СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ АДАПТАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ  
СИСТЕМ ДО УМОВ ІННОВАЦІЙНО-КОНКУРЕНТНОГО ПРОСТОРУ  
ФУНКЦІОНУВАННЯ**

**Mgr Jarosław Maćkula**  
Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki w Jeleniej Górze  
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
**Jarosław Maćkula,**  
Master  
Faculty of Economics, Management and Tourism in Jelenia Góra  
Wrocław University of Economics,  
Wrocław, Poland

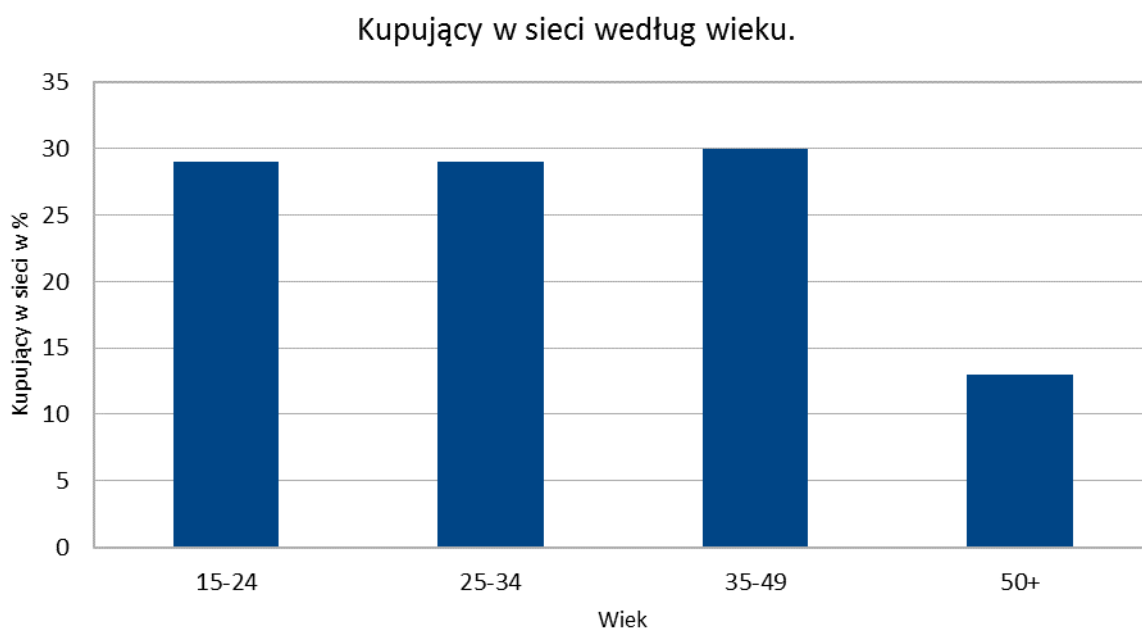
**RYNEK HANDLU ONLINE W POLSCE – STAN OBECNY I PERSPEKTYWY  
DALSZEGO ROZWOJU W OPARCIU O RAPORT E-COMMERCE W POLSCE 2017  
THE ONLINE TRADING MARKET IN POLAND – CURRENT STATE AND PROSPECTS  
OF FURTHER DEVELOPMENT ON THE BASIS OF A REPORT FROM  
E-COMMERCE IN POLAND 2017**

Rynek związany ze sprzedażą internetową rozwija się w Polsce bardzo szybko, corocznie największą opiniotwórczością charakteryzuje się raport Gemius opracowywany wraz z Izbą Gospodarki Elektronicznej dla E-Commerce Polska.

Raport stara się odpowiedzieć na pytania dotyczące postaw wobec zakupów internetowych wśród kupujących i niekupujących w sieci, znajomości marek obecnych w e-handlu, motywacji w zakresie wyboru sklepów internetowych, źródeł informacji na temat produktów czy preferencji dotyczących sposobu realizacji transakcji internetowych i wykorzystania urządzeń mobilnych.

Dostęp do internetu w Polsce nie jest jeszcze powszechny, wg obliczeń penetracja rynku to 79%, gdzie są to internauci w wieku od 7 do 75 lat. W liczbach bezwzględnych szacuje się, że jest to 26,5 mln osób. Ponad 50% internautów albo dokonało (54%) albo dokonuje regularnie zakupów w sieci (53%), natomiast 16% deklaruje korzystanie z zagranicznych e-sklepów.

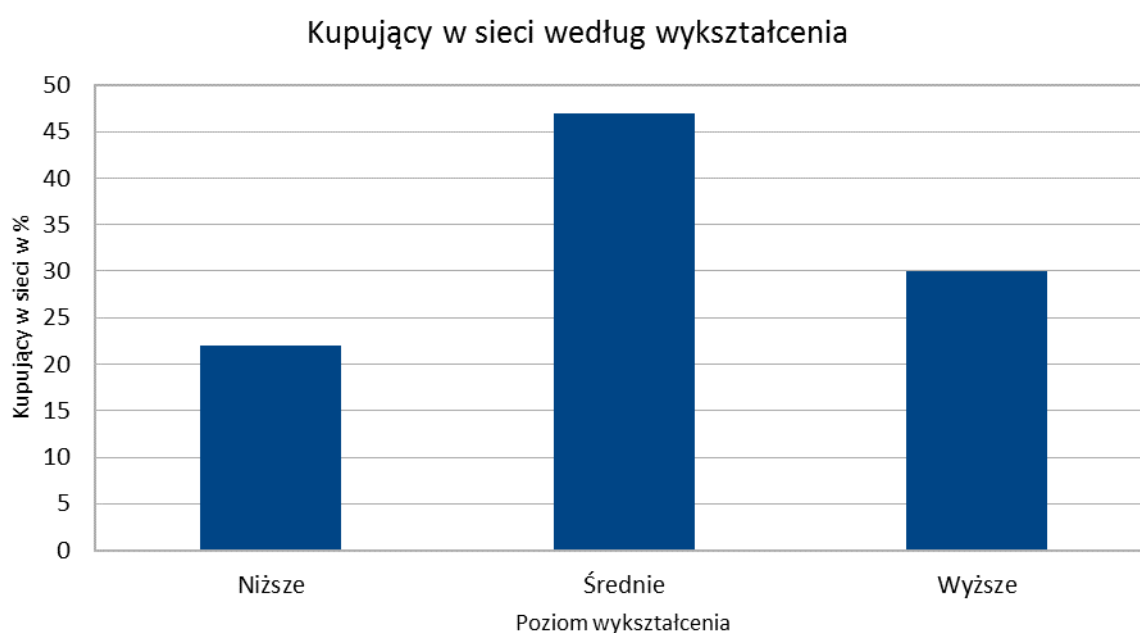
Co do płci, częściej kupują kobiety (53% do 47%), wiek kupujących w sieci też ma znaczenie, najliczniejszą grupę stanowią osoby w przedziale wiekowym między 35 a 49 lat i jest to 30% ogółu kupujących, najmniej liczna grupa to osoby po 50 roku życia, zaledwie 13%.



Wykres 1. Kupujący w sieci według wieku

Źródło: opracowanie własne.

Dane dotyczące wykształcenia z kolei pokazują, że najchętniej w sieci kupują ludzie z wykształceniem średnim, bo to niemal połowa badanych (47%), natomiast z wykształceniem niższym to 22% a z wyższym 30%.



Wykres 2. Kupujący w sieci według wykształcenia

Źródło: opracowanie własne.

Według raportu osoby kupujące online są bardzo świadome oferty na produkty dostępne w Internecie, a ich świadomość marek związanych z e-commerce jest niezwykle wysoka.

Dlaczego kupujemy w internecie? Za najważniejszy argument respondenci uznali całodobową dostępność (to zaleta dla 82% badanych). Bardzo ważnym czynnikiem jest możliwość darmowego odesłania produktu, podkreśla to ponad połowa badanych (55%).

Oczywiście nie można pominąć niezwykle ważnego czynnika, jakim jest przewaga cenowa ofert w internecie nad tymi tradycyjnymi, dostępnymi stacjonarnie, podkreśla to blisko 60% badanych.

Rynek e-commerce w Polsce nadal ma ogromny potencjał ze względu na to, że blisko połowa badanych internautów nadal nigdy nie dokonała zakupu na odległość. Jakie wymieniają powody? Najczęściej jest to brak ochoty na oczekiwanie na produkt, ale również chęć obejrzenia produktu przed zakupem „na żywo”, przyzwyczajenie do tradycyjnych zakupów oraz strach przed dokonaniem transakcji online.

Najbardziej rozpoznawalna marka w Polsce, jeżeli chodzi o e-commerce to Allegro, niekwestionowany lider wśród respondentów, aż 71% badanych wskazało na pierwszym miejscu Allegro, jako swoje pierwsze skojarzenie z e-handlem. Rozpoznawalne jest też OLX (należące zresztą do grupy Allegro) czy Zalando (bardziej wśród kobiet niż mężczyzn).

Jak już wspomniałem, rynek e-commerce w Polsce rośnie bardzo dynamicznie. Warto podkreślić, że w porównaniu do zeszłego roku wzrósł aż o 6%, a wprowadzenie zakazu handlu w niedziele ma realny wpływ na zwiększenie szybkości wzrostu tej tendencji.

Co najczęściej kupujemy? Odzież, obuwie dodatki oraz książki i płyty to niekwestionowani liderzy wśród rzeczy kupowanych w sieci, zakupy tychże produktów to ponad 70% całej sprzedaży online!

Według różnych szacunków wartość e-commerce w Polsce to od 36 do 40 mld złotych.

Potencjał widzą zagraniczni giganci tacy jak Amazon, który rozważa wejście na polski rynek, a już udostępnił polską wersję niemieckiej strony Amazon.de z wysyłką do naszego kraju czy Zalando, które niedawno wprowadziło swoją bardzo popularną markę Zalando Lounge.

Jak widać, jest to prężnie rozwijający się rynek z ogromnymi możliwościami dalszego rozwoju.

#### Bibliografia:

1. Raport E-Commerce w Polsce 2017, Gemius dla E-Commerce Polska.